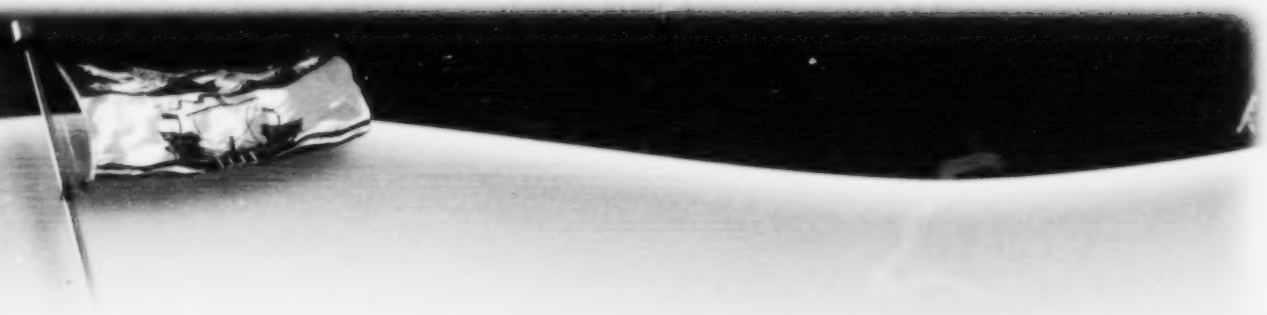

2005-2006

Annual Report

New Brunswick Farm Products Commission

New Nouveau Brunswick
CANADA

2005-2006

Annual Report

New Brunswick Farm Products Commission

New Nouveau Brunswick
CANADA

January 16, 2007

The Honourable Ronald Ouellette
Minister of Agriculture & Aquaculture
Province of New Brunswick
P.O. Box 6000
Fredericton, NB E3B 5H1

Dear Sir:

On behalf of the New Brunswick Farm Products Commission, I have the honor to submit the Annual Report for the period April 1, 2005 to March 31, 2006.

Respectfully submitted,

Hazen Myers
Chairman

FARM PRODUCTS COMMISSION

ANNUAL REPORT 2005-2006

TABLE OF CONTENTS

Vision Statement	2
Mission Statement	2
Powers of the Farm Products Commission	3
Members and Officials of the Commission	5
Activities of the Commission during the year 2004-05	6
Commission Orders	7
Supply-Management	8
Finances	9

Vision Statement

A dynamic and accountable agri-food industry that has a reputation as a supplier of high quality and competitively priced food products

The New Brunswick Farm Product Commission is a board appointed by the Lieutenant-Governor in Council empowered to carry out the provisions of the *Natural Products Act* and any Regulations and Orders under the Act.

The *Natural Products Act* defines the scope of government regulation in the marketplace as it pertains to the orderly marketing of food and forest products, as well as food inspection which is managed in conjunction with the Department of Health.

The *Natural Products Act* provides flexibility to producer organizations with respect to naming their organizations and establishing commodity development councils to encourage discussion between producers and other sectors of the industry on matters of mutual interest in a recognized forum. The *Act* also permits the formation of promotional agencies.

In addition to the above, the *Natural Products Act* grants power to the Farm Products Commission to make changes of an administrative nature to marketing board and agency powers and to delegate authority to industry to establish and administer quality and grade standards.

Mission Statement

The New Brunswick Farm Products Commission will strive to create an environment within the regulated agri-food sector that encourages stakeholders to focus their efforts on developing their industries.

In carrying out its mission, the Commission is committed to the following values and principles:

- Cooperation and communication between all industry stakeholders is key to the further development of the agri-food industry;
- be an impartial, fair-minded agency that supports industry development;
- an orderly marketing system will enhance the viability of the agri-food industry within the global marketplace;
- carry out the mandate provided for in the *Natural Products Act* to the common benefit of producers, processors and consumers;
- as a signatory to national supply management programs, the Commission will act to both protect and promote the interests of those industries;

- promote transparency both in carrying out its mandate as well as in the operation of the eight marketing boards.

In order to enhance board transparency and to ensure that it operates in accordance with the wishes of the producers and in adherence to the regulations established under the *Natural Products Act*, the Commission shall conduct an annual review of the operations of each of the boards. The Commission will ensure that each board holds an annual producer meeting to review financial statements and board activities for the previous year, and make certain that the boards do not implement significant changes in policy without prior approval of producers. The Commission shall supervise the activities of all producer organizations and provide an appeal mechanism for those individuals who feel aggrieved by decisions made by producer organizations.

Under powers granted to them by the *Natural Products Act*, the Commission will provide authority and guidance to non-marketing board groups of producers who want to collect levies for research and promotion purposes.

The Commission will facilitate the creation of industry development councils to foster the development of cross sector strategies in response to changing market forces. To date, the New Brunswick Dairy Industry Council and the New Brunswick Cattle Industry Council have been formed to promote sector-wide collaboration to capitalize on market opportunities and resolve industry issues.

In tandem with the Department of Agriculture, Fisheries and Aquaculture, the Farm Products Commission will help expose the agri-food industry to new ways to exploit market opportunities.

To ensure that the development of the province's regulated agri-food industry is protected and promoted within national marketing systems, the Commission will develop and pursue strategies that are in the best interest of the province. The Commission will serve as a signatory to federal-provincial agreements relating to the supply managed commodities which in New Brunswick include dairy, chicken, turkey and eggs.

Powers of the Farm Products Commission

The Commission is responsible for the overall conduct and performance of the regulated marketing system in New Brunswick. In that capacity, it is responsible for ensuring that boards and agencies exercise the powers granted to them in the manner intended.

Through the powers vested in it by the *Natural Products Act*, the Commission may:

- Investigate, arbitrate, adjudicate upon, adjust or otherwise settle any dispute between producers, processors, distributors or transporters of farm products, or between any two or more of such classes of persons;

- Investigate the cost of producing, processing, distributing and transporting any farm product, prices, price spreads, trade practices, methods of financing, management, grading, policies and other matters relating to the marketing of a farm product;

- Recommend any marketing plan or the amendment of any plan to the Minister;

- Require persons engaged in the production or marketing of a regulated product to register with the Commission or local board;

- Require persons engaged in the production or marketing of a regulated product to furnish information relating to the product, including the completing and filing of reports or returns on a periodic basis or otherwise as the Commission or local board determines;

- Require the furnishing of security or proof of financial responsibility by any person engaged in the marketing of a regulated product and provide for the administration and disposition of all money or securities so furnished;

- Appoint inspectors for the purposes of this *Act*;

- Co-operate with a marketing board, local board, commodity board, marketing commission or marketing agency of Canada or of any province in Canada for the purpose of marketing any regulated product;

- Make orders and issue directives consistent with a plan or the regulations as are necessary to enforce the provisions of the *Act* or any plan.

The Commission also has the power to intervene directly in the marketing of dairy products. Intervention may include but is not limited to the following:

- The establishment and enforcement of marketing conditions that benefit both the dairy products trade and the general public;

- License milk dealers, producer suppliers, vendors and transporters;

- Make regulations or orders pertaining to milk quality, the inspection and classification of milk, and processing of dairy products;

- Control milk quality from the farm to the milk dealer;
- Make regulations pertaining to penalties on milk that fails to comply with standards of quality;
- Set the price producers receive for their raw milk and set the wholesale price of fluid milk products.

Commission Members

Hazen Myers	Chairman	Anne Michaud	Member
Dale McIntosh	Vice-Chairman	Hannah Searle	Member
Larry Dobson	Member	Katherine Trueman	Member
John Robinson	Member	Edward Williams	Member
Leslie Cail	Member		

Commission Staff

Robert Goggin	General Manager
Danny Draper	Trade Relations and Commodities Specialist
Laura Poffenroth	Regulations Analyst
Sharon Albert	Administrative Support

Commission Office

P.O. Box 6000
Fredericton, New Brunswick
E3B 5H1

Phone: (506) 453-3647
Fax: (506) 444-5969

Commission Activities

In 2005-2006, the Farm Products Commission met ten times to carry out the responsibility of supervising the actions and management of producer boards provided for in the *Natural Products Act*. The Commission conducted annual reviews of all eight commodity boards, as well as reviewed the meeting minutes, all annual reports and financial statements of the boards.

In fulfilling its supervisory role, the Commission attended the annual meetings of the producer organizations formed under the *Natural Products Act*, as well as any other relevant agricultural groups, including the New Brunswick Agricultural Producers Association, the National Association of Agricultural Supervisory Agencies, and the International Association of Milk Control Agencies.

As part of its mandate, the Commission is responsible for setting the price of fluid milk sold in the province. In February 2006, the Commission announced an increase in the price of fluid milk. In determining this adjustment, the Commission considered studies on the cost of production for the province's dairy producers and a financial analysis of returns to the New Brunswick processing industry conducted by an independent firm. After thoroughly reviewing these reports, the Commission concluded that a price increase was justified and decided on the appropriate margins for producers, processors and retailers. In setting the price of milk, the Commission balanced the interests of producers, processors and consumers. This approach allows for competitive prices for New Brunswick consumers while encouraging a viable dairy industry.

In 2005-2006, the Commission received regular reports from inspection staff on dairy producers who were experiencing milk quality problems, whose premises or equipment were substandard, and who were otherwise not complying with the regulation. The Commission responded to these reports by communicating its concerns to the producer and encouraging the producer to take corrective action, and failing that, request that the producer appear before the Commission.

When the *Natural Products Act* came into effect in April 1999, it replaced seven other acts administered by the former Department of Agriculture and Rural Development. Since the creation of the new *Act*, Commission staff has been updating the legislation under the old acts, preparing new regulations, repealing obsolete regulations and amending others. On March 1, 2005, the New Brunswick Regulation 83-150 under the Farm Products Marketing Act and New Brunswick Regulation 83-39 under the Farm Products Boards and Marketing Agencies Act were repealed and replaced with the New Brunswick Regulation 2006-9 and 2006-10, the Potato Plan and Levies Regulation and the Potato Plan Administration Regulation.

Commission staff, in consultation with the New Brunswick Cattle Producers and the New Brunswick Cattle Industry Council, began developing legislation that would regulate the transportation of cattle within New Brunswick. The purpose of this legislation is to provide a means to trace the movement of cattle within the province so that, should the

need arise, an animal's location during all phases of its lifecycle could be readily and accurately determined.

Commission staff has formed a Standard Operating Procedures committee with dairy industry representatives to ensure best practices in milk collection at the farm and delivery at dairy plants are in place.

In June 2005, the Executive of the NB Wild Blueberry Growers Association contacted the Farm Products Commission to discuss the process of creating a Blueberry Plan which would establish a New Brunswick Blueberry Agency, and check-off for the New Brunswick Blueberry producers. The Blueberry Agency will be a formal structure, under the Natural Products Act, that will build a strong New Brunswick blueberry industry. The collection of mandatory levies (check-off) will support on-going Provincial, National, and International market promotional efforts and research for the development and dissemination of new crop management technologies. The creation of the New Brunswick Blueberry Agency will provide the legal means to create infrastructure enabling blueberry producers to promote the consumption and use of blueberries and research initiatives for blueberries in the Province.

The Commission conducted a province-wide plebiscite of 117 registered blueberry producers to determine the level of support for a Blueberry Marketing Plan which would establish a New Brunswick Blueberry Agency. The Farm Products Commission was satisfied with an 87% majority vote in support of the creation of a Blueberry Agency. Drafting of the required regulations are currently taking place in preparation for the 2006 Blueberry season beginning in August.

Commission Orders

In compliance with the *Natural Products Act*, the Commission may develop orders that authorize marketing boards and agencies to exercise powers granted to them by regulations. In 2005-2006, the Commission approved the following three orders:

Dairy Industry

2006-02 **Wholesale Pricing Order**: Establishes the minimum and maximum wholesale price for milk sold in New Brunswick; repealed Order 2005-02.

Potatoes New Brunswick

2005-04 **NB Potato Agency Borrowing Order**: Empowers the Potatoes New Brunswick to borrow money for operating purposes.

2006-03 **New Brunswick Negotiation, Conciliation, and Arbitration Order for Potatoes**: Establishes the procedures, deadlines, and committees for processing potato contracts and negotiation resolution.

Supply Management

The three pillars of supply management are:
Production discipline
Producer pricing
Import control

In Canada, the dairy, chicken, egg, broiler hatching egg and turkey industries operate under the national supply management system. The effective control of domestic production is one facet that helps equate supply with demand, enabling efficient producers to receive a fair market price to cover the cost of production and a return on investment without the assistance of government subsidies. The existence of supply management is also dependent on import controls. Regulating the level of imported products will influence the domestic production required to sustain the market.

Domestic supply requirements are set by national agencies; Chicken Farmers of Canada (CFC), Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA), Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA), and the Canadian Milk Supply Management Committee (CMSMC). These organizations consist of producer, processor and government representatives from all member provinces.

As a supervisory body, the Commission has a statutory obligation to oversee the operation of national supply management programs, to participate in discussions regarding provincial participation in those programs, and to represent the province in federal/provincial regulated marketing and trade agreements. In fulfilling its 2005-2006 obligations, Commission officials attended five regular meetings of the CMSMC and the Supervisory Body of the All Milk Pooling Agreement (P5), one Atlantic Signatories meetings to develop an Atlantic position on the Federal Provincial Agreement on Eggs and ongoing P5 meetings to review the P5 Operating Agreement.

Farm Products Commission delegates were present for the annual meeting and an executive planning meeting of the International Association of Milk Control Agencies (IAMCA), an annual meeting of CEMA, as well as the annual and summer meetings of CFC and CTMA.

In addition to the previously mentioned meetings, Commission representatives participated in the Atlantic Hog Conference and three meetings of the National Association of Agricultural Supervisory Agencies (NAASA), which included a seminar on Disproportionate Growth.

Finances

Account	Description	Expenditure
3430	Civil Service Payroll	$157,631
3450	Casual Payroll	$ 73,747
3600	Benefits	$ 8,727
4080	Computer Maintenance Service	$ 40
4500	Other Services	$ 2,461
4520	Police & Security Services	$ 3,678
4530	Inspection Services	$ 44
4700	Printing & Copying	$ 1,398
4730	Rentals	$ 474
4780	Professional Services	$ 14,795
4860	Telephones	$ 17
4900	Travel	$ 49,138
5090	Subscriptions	$ 161
5240	Food	$ 120
5630	Supplies	$ 264
5730	Stationary Supplies	$ 1,315
6070	Computer Hardware	$ 5,889
	TOTAL	$319,799

2005-2006

Rapport annuel

Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick

New Nouveau Brunswick
CANADA

2005-2006

Rapport annuel

Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick

New Nouveau Brunswick
CANADA

Le 16 janvier 2007

Monsieur Ronald Ouellette
Ministre de l'Agriculture et de l'Aquaculture
Gouvernement du Nouveau-Brunswick
C. P. 6000
Fredericton (Nouveau-Brunswick) E3B 5H1

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous présenter le rapport annuel de la Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick pour l'exercice allant du 1er avril 2005 au 31 mars 2006.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus respectueux.

Le président,

Hazen Myers

COMMISSION DES PRODUITS DE FERME

RAPPORT ANNUEL 2005-2006

TABLE DES MATIÈRES

Énoncé de vision	2
Énoncé de mission	2
Pouvoirs de la Commission des produits de ferme	3
Membres et personnel de la Commission	5
Activités de la Commission durant l'exercice 2004-2005	6
Arrêtés de la Commission	7
Gestion de l'offre	8
Finances	9

Énoncé de vision

Un secteur agroalimentaire dynamique et responsable qui a la réputation d'offrir des produits alimentaires de grande qualité à un prix concurrentiel.

La Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick est un office nommé par le lieutenant-gouverneur en conseil qui est autorisé à exécuter les dispositions de la *Loi sur les produits naturels* et de tout règlement et arrêté établi en vertu de la *Loi*.

La *Loi sur les produits naturels* définit les champs d'application de la réglementation du marché par le gouvernement, relativement à la mise en marché ordonnée des produits alimentaires et forestiers et à l'inspection des aliments, qui est administrée en collaboration avec le ministère de la Santé et du Mieux-être.

La *Loi sur les produits naturels* offre une certaine souplesse aux regroupements de producteurs en ce qui concerne le choix de leur raison sociale et permet de créer des conseils pour le développement des denrées, qui visent à encourager la discussion entre les producteurs et d'autres secteurs de l'industrie sur des sujets d'intérêt commun dans une arène reconnue. La *Loi* permet également l'établissement d'organismes de promotion.

En plus de ce qui précède, la *Loi sur les produits naturels* habilite la Commission des produits de ferme à apporter des modifications administratives aux pouvoirs des offices de commercialisation et à déléguer des pouvoirs à l'industrie afin que celle-ci puisse adopter et administrer des normes de qualité et de classement.

Énoncé de mission

La Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick cherche à créer dans le secteur réglementé de l'agroalimentaire un contexte qui encourage les intervenants à s'efforcer de développer leurs entreprises.

Pour réaliser sa mission, la Commission s'est engagée à appliquer les valeurs et principes suivants :

- voir à ce que la coopération et les communications entre tous les intervenants du secteur soient la clé de l'expansion future du secteur agroalimentaire;
- être un organisme impartial qui soutient en toute équité l'expansion du secteur;
- veiller à ce que le système de mise en marché ordonné accroisse la viabilité du secteur agroalimentaire dans le marché mondial;

- réaliser le mandat qui lui a été confié en vertu de la *Loi sur les produits naturels*, dans l'intérêt commun des producteurs, des transformateurs et des consommateurs;
- être signataire de programmes nationaux de gestion de l'offre et, à ce titre, chercher à protéger et à promouvoir les intérêts des industries concernées;
- favoriser la transparence dans l'exécution de son mandat et dans le fonctionnement des huit offices de commercialisation qu'elle chapeaute.

Afin de s'assurer que les offices de commercialisation fonctionnent de façon transparente, conformément aux souhaits des producteurs, et en conformité avec la réglementation établie en vertu de la *Loi sur les produits naturels*, la Commission examine annuellement le fonctionnement de chacun des offices de commercialisation. Elle s'assure que chaque office de commercialisation tient une assemblée annuelle des producteurs, au cours de laquelle on examine les états financiers et les activités au cours de l'année écoulée et s'assure que les offices de commercialisation n'apportent aucun changement majeur à leur politique sans obtenir au préalable l'accord des producteurs. La Commission surveille les activités de toutes les associations de producteurs et établit un mécanisme d'appel pour les personnes qui s'estiment lésées par les décisions prises par les associations de producteurs.

En vertu des pouvoirs que lui confère la *Loi sur les produits naturels*, la Commission offrira une direction et des conseils aux groupes de producteurs qui ne sont pas liés aux offices de commercialisation et qui veulent prélever des fonds pour la recherche et la promotion.

La Commission favorisera la création de conseils pour le développement de l'industrie, afin d'encourager l'adoption de stratégies intersectorielles qui permettent de mieux réagir aux forces du marché en évolution constante. Jusqu'à présent, le Conseil de développement de l'industrie laitière du Nouveau-Brunswick et le Conseil de développement de l'industrie bovine du Nouveau-Brunswick ont été formés pour promouvoir la collaboration de tous les partenaires du secteur afin de tirer parti des débouchés commerciaux et de résoudre des problèmes qui touchent l'industrie.

De concert avec le ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Aquaculture, la Commission des produits de ferme fera connaître au secteur agroalimentaire les nouvelles façons d'exploiter les débouchés commerciaux.

Pour s'assurer que l'expansion du secteur agroalimentaire réglementé de la province est protégée et fait l'objet d'une promotion dans les réseaux nationaux de commercialisation, la Commission élaborera et appliquera des stratégies qui ont des retombées positives pour la province. Elle signera les ententes fédérales-provinciales concernant les produits soumis au système de gestion de l'offre, lesquels au Nouveau-Brunswick comprennent les produits laitiers, le poulet, le dindon et les œufs.

Pouvoirs de la Commission des produits de ferme

La Commission est responsable de la direction générale et du rendement du système de commercialisation réglementé au Nouveau-Brunswick. À ce titre, elle s'assure que les offices exercent leurs pouvoirs comme prévu.

En vertu des pouvoirs que lui confère la *Loi sur les produits naturels*, la Commission peut :

- Faire enquête sur tout litige impliquant des producteurs, des transformateurs, des distributeurs ou des transporteurs de produits de ferme, ou toute catégorie connexe de personnes, et arbitrer, trancher, concilier ou régler de toute autre façon le litige en question;

- Faire enquête sur le coût de production, de transformation, de distribution et de transport de tout produit de ferme, ainsi que sur les prix, les écarts de prix, les pratiques commerciales, les modes de financement, la gestion, le classement, les politiques et d'autres questions concernant la commercialisation d'un produit de ferme;

- Recommander au ministre un plan de commercialisation ou la modification d'un plan de commercialisation;

- Obliger les personnes s'occupant de la production ou de la commercialisation d'un produit réglementé à s'inscrire auprès de la Commission ou de l'office local;

- Obliger les personnes s'occupant de la production et de la commercialisation d'un produit réglementé à fournir des renseignements sur le produit, et notamment à remplir et produire des déclarations ou des rapports à intervalles réguliers ou non, à la discrétion de la Commission ou de l'office local;

- Obliger les personnes s'occupant de la commercialisation d'un produit réglementé à fournir une garantie ou à justifier leur solvabilité, et fixer le régime d'administration et la destination des garanties pécuniaires ou autres ainsi fournies;

- Nommer des inspecteurs aux fins de la *Loi*;

- Collaborer avec un office de commercialisation, un office local, une commission ou une agence de commercialisation du Canada ou d'une province canadienne aux fins de la commercialisation d'un produit réglementé;

- Établir des arrêtés et communiquer des directives qui sont conformes à un plan ou aux règlements et qui sont nécessaires pour assurer l'exécution des dispositions de la *Loi* ou d'un plan.

La Commission a aussi un pouvoir d'intervention directe en matière de commercialisation des produits laitiers. Ses interventions peuvent comprendre les mesures suivantes, sans toutefois s'y limiter :

- Établir et appliquer des conditions de commercialisation dans l'intérêt général du commerce des produits laitiers et du grand public;
- Délivrer une licence aux exploitants de laiterie, aux fournisseurs des producteurs, aux commerçants affiliés et aux transporteurs;
- Établir des règlements ou des arrêtés concernant la qualité, l'inspection et la classification du lait et la transformation des produits laitiers;
- Contrôler la qualité du lait, de la ferme à l'exploitant de laiterie;
- Établir des règlements qui fixent des pénalités pour le lait non conforme aux normes de qualité;
- Établir le prix qui doit être payé aux producteurs laitiers pour le lait cru et fixer le prix de gros des produits laitiers de consommation.

Membres de la Commission

Hazen Myers	Président	Anne Michaud	Commissaire
Dale McIntosh	Vice-président	Hannah Searle	Commissaire
Larry Dobson	Commissaire	Katherine Trueman	Commissaire
John Robinson	Commissaire	Edward Williams	Commissaire
Leslie Cail	Commissaire		

Personnel de la Commission

Robert Goggin	Directeur général
Danny Draper	Spécialiste des relations commerciales et des denrées agricoles
Laura Poffenroth	Analyste des règlements
Sharon Albert	Adjointe administrative

Bureau de la Commission

C. P. 6000
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5H1

Téléphone : 506-453-3647
Télécopieur : 506-444-5969

Activités de la Commission

En 2005-2006, la Commission des produits de ferme s'est réunie dix fois pour s'acquitter de sa responsabilité de surveiller les activités et la gestion des offices de producteurs, comme le prévoit la *Loi sur les produits naturels*. Elle a réalisé l'examen annuel des huit offices de commercialisation et contrôlé les procès-verbaux des réunions, les rapports annuels et les états financiers des offices.

Afin de remplir son rôle de surveillance, la Commission a assisté aux assemblées annuelles des associations de producteurs formées en vertu de la *Loi sur les produits naturels*, de même qu'à celles de tout autre groupe agricole pertinent, dont l'Association des producteurs agricoles du Nouveau-Brunswick, l'Association nationale des organismes de surveillance agroalimentaires et l'association internationale des agences de contrôle laitier (International Association of Milk Control Agencies).

Dans le cadre de son mandat, la Commission est chargée d'établir le prix du lait de consommation vendu dans la province. En février 2006, elle a annoncé une augmentation du prix du lait de consommation. Pour déterminer ce rajustement, la Commission a tenu compte d'études du coût de production pour les producteurs laitiers de la province et de l'analyse financière des revenus de l'industrie de la transformation des produits laitiers du Nouveau-Brunswick menée par une firme indépendante. Après avoir examiné attentivement ces rapports, la Commission a conclu qu'une augmentation de prix était justifiée et a établi des marges bénéficiaires adéquates pour les producteurs, les transformateurs et les détaillants. Comme toujours, elle a dû tenir compte des intérêts des producteurs, des transformateurs et des consommateurs au moment de fixer le prix du lait, afin de maintenir des prix concurrentiels pour les consommateurs du Nouveau-Brunswick et de favoriser la viabilité de l'industrie laitière.

En 2005-2006, la Commission a reçu des rapports réguliers d'inspections effectuées chez des producteurs laitiers qui avaient certains problèmes de qualité du lait, des locaux ou de l'équipement non conformes aux normes, ou qui ne respectaient pas d'autres points de la réglementation. En réponse à ces rapports, elle a communiqué ses préoccupations au producteur et l'a encouragé à prendre les mesures correctives et, faute de quoi, a demandé que le producteur se présente devant la Commission.

La *Loi sur les produits naturels*, qui est entrée en vigueur en avril 1999, a remplacé sept autres lois appliquées par l'ancien ministère de l'Agriculture et du Développement rural. Depuis la création de la nouvelle *Loi*, le personnel de la Commission s'emploie à mettre à jour la réglementation prévue dans les anciennes lois, à rédiger de nouveaux règlements, à abroger les règlements périmés et à modifier d'autres règlements. Le 1er mars 2005, le Règlement du Nouveau-Brunswick 83-150 établi en vertu de la *Loi sur la commercialisation des produits de ferme* et le Règlement du Nouveau-Brunswick 83-39 établi en vertu de la *Loi sur les offices locaux et les agences de commercialisation des produits de ferme* ont été abrogés et remplacés par les règlements du Nouveau-Brunswick 2006-9 et 2006-10 concernant respectivement le Plan et les redevances relatifs aux pommes de terre et la gestion du Plan relatif aux pommes de terre.

Le personnel de la Commission, en collaboration avec Les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick et le Conseil de développement de l'industrie bovine au Nouveau-Brunswick, a commencé à élaborer la mesure législative qui réglementera le transport des bestiaux au Nouveau-Brunswick. Cette mesure vise ainsi à doter la province d'un moyen de suivre les déplacements des bestiaux à l'intérieur de la province de manière à pouvoir, s'il le fallait, déterminer rapidement et précisément l'emplacement d'un animal durant toutes les phases de sa vie.

Le personnel de la Commission a constitué un comité des procédures opérationnelles normalisées, avec des représentants de l'industrie laitière, pour s'assurer que les meilleures pratiques sont adoptées pour faire la cueillette du lait à la ferme et la livraison aux usines laitières.

En juin 2005, la direction de l'Association des producteurs de bleuets sauvages du Nouveau-Brunswick a contacté la Commission de produits de ferme pour discuter du processus de création d'un Plan relatif aux bleuets, qui établirait une Agence de développement de l'industrie du bleuet au Nouveau-Brunswick, et du montant de la contribution des producteurs. L'agence aurait une structure officielle, en vertu de la *Loi sur les produits naturels*, qui lui permettrait de développer une industrie du bleuet vigoureuse au Nouveau-Brunswick. La perception de cotisations obligatoires soutiendra les efforts de promotion commerciale à l'échelle provinciale, nationale et internationale et la recherche axée sur la mise au point et la distribution des nouvelles technologies de gestion des cultures. La mise sur pied d'une Agence de développement de l'industrie du bleuet au Nouveau-Brunswick fournira un moyen légal de créer une infrastructure permettant aux producteurs de bleuets de promouvoir la consommation et l'utilisation des bleuets et les initiatives de recherche sur le bleuet dans la province.

La Commission a tenu un référendum auprès des 117 producteurs de bleuets enregistrés de toute la province afin de déterminer le niveau d'appui à un Plan de commercialisation des bleuets qui serait établi par l'Agence de développement de l'industrie du bleuet au Nouveau-Brunswick. Les règlements obligatoires sont actuellement en cour de rédaction en prévision de la saison de culture des bleuets de 2006, qui débute en août.

Arrêtés de la Commission

Conformément à la *Loi sur les produits naturels*, la Commission peut établir des arrêtés qui autorisent les offices et les agences de commercialisation à exercer les pouvoirs qui leur sont conférés par la réglementation. En 2005-2006, la Commission a approuvé les trois arrêtés suivants :

Industrie laitière

2006-02 **Arrêté sur la fixation des prix de gros du lait** – fixe le prix de gros minimum et maximum pour le lait vendu au Nouveau-Brunswick, et abroge l'arrêté 2005-02.

Pomme de terre Nouveau-Brunswick

2005-04 **Arrêté sur l'emprunt de l'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick** – autorise l'Agence à emprunter de l'argent à des fins administratives.

2006-03 **Arrêté sur la négociation, la conciliation, et l'arbitrage pour les pommes de terre au Nouveau-Brunswick** – établit les procédures, les dates limites et les comités en ce qui concerne les conventions de mise en marché des pommes de terre de transformation et le règlement des négociations.

Gestion de l'offre

Voici les trois piliers de la gestion de l'offre :
Discipline dans la production
Établissement des prix par les producteurs
Contrôle des importations

Au Canada, les industries des produits laitiers, du poulet, des œufs, des œufs d'incubation de poulet à chair et du dindon sont régies par le système national de gestion des approvisionnements. Le contrôle efficace de la production nationale est une facette qui aide à équilibrer l'offre et la demande, ce qui permet aux producteurs efficaces de recevoir un prix du marché équitable pour couvrir le coût de production et un rendement des investissements sans l'aide des subventions gouvernementales. L'existence de la gestion de l'offre dépend également des contrôles des importations. La réglementation du niveau de produits importés influencera la production nationale qui est nécessaire au soutien du marché.

Les besoins en approvisionnements nationaux sont fixés par les organismes nationaux, à savoir les Producteurs de poulet du Canada (PPC), l'Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO), l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD), l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair et le Comité canadien de gestion des approvisionnements de lait (CCGAL). Ces organismes sont formés de représentants des producteurs, des transformateurs et des gouvernements de toutes les provinces membres.

En tant qu'office de surveillance, la Commission a l'obligation réglementaire d'encadrer la mise en œuvre des programmes nationaux de gestion des approvisionnements, de participer aux discussions relatives à la participation de la province à ces programmes, et de représenter la province dans les ententes de commercialisation et les accords commerciaux fédéraux-provinciaux. Afin de s'acquitter de cette obligation, en 2005-2006, les représentants de la Commission ont assisté à cinq réunions ordinaires du Comité canadien de gestion des approvisionnements de lait et de l'organisme de supervision du Comité de la mise en commun de tout le lait (cinq provinces), à deux réunions pour les signataires de l'Atlantique afin d'énoncer la position des provinces de l'Atlantique relativement à l'entente fédérale-provinciale sur les œufs, et aux réunions continues tenues entre les cinq provinces pour examiner l'accord de mise en œuvre de l'entente.

Les délégués de la Commission des produits de ferme ont assisté à l'assemblée annuelle et à la réunion de planification de la direction de l'International Association of Milk Control Agencies, à l'assemblée annuelle de l'Office canadien de commercialisation des œufs, ainsi qu'aux assemblées annuelles et aux réunions de l'été des Producteurs de poulet du Canada et de l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD).

En plus des réunions déjà mentionnées, les représentants de la Commission ont participé au congrès des producteurs de porcs de l'Atlantique et à trois réunions de l'Association nationale des régies agroalimentaires (ANRA), dont à un atelier sur la croissance disproportionnée.

Finances

Compte	Description	Dépenses
3430	Paie des fonctionnaires	157 631 $
3450	Paie du personnel occasionnel	73 747 $
3600	Avantages sociaux	8 727 $
4080	Service de maintenance informatique	40 $
4500	Autres services	2 461 $
4520	Police et services de sécurité	3 678 $
4530	Services d'inspection	44 $
4700	Impression et reproduction	1 398 $
4730	Location	474 $
4780	Services professionnels	14 795 $
4860	Téléphone	17 $
4900	Déplacements	49 138 $
5090	Abonnements	161 $
5240	Nourriture	120 $
5630	Fournitures	264 $
5730	Fournitures de bureau	1 315 $
6070	Matériel informatique	5 889 $
	TOTAL	319 799 $